
ПЕРИОДИЧЕСКОЕ
ИЗДАНИЕ
№ 11
2019 год
ПСИХОЛОГИЯ
ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

ГОУ ВПО «Донбасская
аграрная академия»



МАКЕЕВКА

2019 год

ГОУ ВПО «**Донбасская аграрная академия»** приглашает к сотрудничеству студентов, магистрантов, аспирантов, докторантов, а также других лиц, занимающихся научными исследованиями, опубликовать рукописи в электронном журнале «**Психология человека и общества**».

Основное заглавие: **Психология человека и общества**
Место издания: **г. Макеевка, Донецкая Народная Республика**
Параллельное заглавие: **Psychology of human and society**
Формат издания: **электронный журнал в формате pdf**
Языки издания: **русский, украинский, английский**
Периодичность выхода: **1 раз в месяц**
Учредитель периодического издания: **ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»**
ISSN: **2587-8875**

Редакционная коллегия издания:

1. Бондарь Леонида Сергеевна – д. мед. н., профессор ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
2. Синельников Виктор Максимович – канд. психол. наук, профессор ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
3. Рядинская Евгения Николаевна - канд. психол. наук, доцент ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
4. Алексеева Татьяна Валентиновна - канд. психол. наук, доцент ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
5. Богрова Кристина Борисовна - канд. психол. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
6. Ковальчишина Светлана Владимировна - канд. психол. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
7. Гордеева Алла Валериановна – канд. психол. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донецкий национальный университет».
8. Андреева Ирина Анатольевна - канд. психол. наук, доцент, ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков».
9. Губарь Ольга Михайловна - канд. филос. наук, доцент ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
10. Романова Елена Николаевна – канд. филос. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
11. Волобуев Вахтанг Вячеславовч - канд. мед. н., доцент, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».
12. Горбатый Роман Николаевич - канд. юр. наук, доцент, ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия».



Выходные данные выпуска:

Психология человека и общества. - 2019. - № 11 (16).

ОГЛАВЛЕНИЕ ВЫПУСКА МЕЖДУНАРОДНОГО ЖУРНАЛА «ПСИХОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА»

Выпуск № 11 / 2019

Раздел «Педагогика и образование»

Стр. 5 Зеленов А.С.
Интерференция на грамматическом уровне французского и русского языков (формы будущего времени)

Стр. 13 Козина Е.В.
Язык как птица феникс

Раздел «Социология»

Стр. 19 Воронков Д.Е.
Особенности социализации юношества в условиях детского лагеря (на примере МДЦ «Артек»)

Стр. 25 Медведева Е.И.
Мифодизайн в рекламе смартфонов Apple

Раздел «Психология»

Стр. 30 Сбитнева О.Ю.
Роль интуиции и бессознательного в арт-терапевтическом процессе интуитивного рисования

УДК 378+811.1/.8

ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ НА ГРАММАТИЧЕСКОМ УРОВНЕ ФРАНЦУЗСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ (ФОРМЫ БУДУЩЕГО ВРЕМЕНИ)

Зеленов Александр Степанович,
Донбасская аграрная
академия, г. Макеевка

E-mail: zas27@mail.ru

Аннотация. *Статья посвящена межъязыковой интерференции на материале форм будущего времени французского и русского языков. Серией примеров в сравнительном плане демонстрируются признаки изоморфизма и алломорфизма анализируемых языков, доказывается необходимость обращения к грамматике родного языка при изучении иностранной морфологии. Проводится статистический анализ форм, значений и функций будущеговремени.*

Abstract. *The article is devoted to interlanguage interference on the material of future forms of the French and Russian languages. The signs of isomorphism and allomorphism of analyzed languages are demonstrated by series of examples in comparative terms, and the necessity of referring to the grammar of the native language while studying foreign morphology is proved. A statistical analysis of the forms, values and functions of the future tense is carried out.*

Ключевые слова: *интерференция, язык, будущее время, грамматика.*

Key words: *interference, language, future tense, grammar.*

Как отмечает российский лингвист В.Г. Гак, каждый, кто изучает иностранный язык, сталкивается с трудностями трех типов:

а) в изучаемом языке нет категорий, присущих родному языку, в связи с чем возникает проблема передачи их значений на иностранном языке;

б) в иностранном языке функционируют категории, которых нет в родном языке, что вызывает поиски средств их выражения;

в) в обоих языках есть те самые категории, но они отличаются на формальном и функциональном уровнях [1, с. 6].

В свою очередь, авторы «Dictionnaire de linguistique et des sciences des langues», анализируя примеры, когда двуязычный субъект использует в языке А (который является объектом изучения), любой фонетический, лексический или грамматический элемент, присущий языку В (родному языку), предусматривают в подобных случаях употребление явления интерференции [3, с. 252]. Явление интерференции является актуальной проблемой в современной науке о языке и требует тщательного изучения.

Вопросы интерференции были рассмотрены и другими авторами. Среди них следует особо выделить В.Г. Крюка [1] и А.А. Леонтьева [2]. Эти исследования имеют достаточно общий характер и требуют конкретизации в

каждом отдельном случае, в частности, специальных исследований, посвященных сравнительному анализу явления интерференции во французском и русском языках.

Целью представленной работы является анализ явления межъязыковой интерференции на грамматическом уровне французского и русского языков.

Имея индивидуальный и бессознательный характер, интерференция уже была предметом изучения психологов, методистов, лингвистов. Отдельными преподавателями иностранного языка проблематика интерференции связывается с проблематикой речевых ошибок. Личный опыт преподавания французского языка русскоязычным ученикам убеждает в том, что наиболее типичными и устойчивыми ошибками в их языке являются ошибки, вызванные неверно услышанным, и ошибки, происходящие от непрочного усвоения особенностей французского языка. Можно даже утверждать, что все разновидности ошибок обусловлены интерференцией родного языка, особенно в тех случаях, когда речь идет о третьем типе трудностей, выделенных В. Г. Гаком.

Известно, что любая грамматическая категория составляет двуединство значения и формы. При этом содержательный аспект конкретной категории может быть одинаковым для языков, которые сравниваются (например, семантика будущего времени заключается в значении факта, что содержится в будущем относительно настоящего), а формальная сторона является специальной для каждого из языков.

Неоспоримым для нас сегодня является тот факт, что цель обучения иностранному языку не будет достигнута, если в процессе формирования лингвистической компетенции на иностранном языке не будут приниматься во внимание отклонения от ее нормы и системы под влиянием родного языка.

Рабочим определением понятия интерференции выбираем определение авторов «Лингвистического энциклопедического словаря»: «интерференция – это взаимодействие языковых систем ..., которое складывается или во время языковых контактов, или во время индивидуального усвоения иностранного языка» [4].

На современном уровне дидактики ни одна методология не включает в процесс обучения иностранному языку родной язык ученика. Перевод с родного языка на иностранный и наоборот в основном отвергается методистами, хотя в ходе усвоения иностранного языка родной язык присутствует длительное время. Приведем пример построения испаноязычным учеником предложения:

Quelle est la raison de la partie de Paul? (Вместо ... du départ de Paul - Что вызывает отъезд Поля?).

В предложении, созданном учеником, существительное partie в ложном значении «отъезд» выходит из глагола partir (уезжать) подобно тому, как образуется пара sortir / sortie (выходить / выход). Неправильная форма «partie» создана испанофоном путем реструктуризации французской лексической системы под влиянием аналогичной структуры родного языка salir / salida [5]. Из подобных примеров Мишель Панданкс приходит к выводу, что ошибку следует рассматривать как признак обучения того же уровня, что и приобретенные

знания. Усвоение иностранного языка является результатом долгих и сложных процессов, иногда даже относительно простых форм и понятий. И именно индивидуальное образование учащихся является тому доказательством.

В своей практической деятельности многие преподаватели иностранных языков разделяют точку зрения языковедов, которые считают, что проблема ошибок является проблемой сложной и недостаточно изученной, однако языковым ошибкам следует уделять внимание, хотя, к сожалению, внимания им уделяется мало [2, с. 80]. Такое мнение кажется рациональным, ведь для успешного обучения учащихся иностранному языку необходимо не только уметь исправлять ошибку, но и по возможности предотвращать ее. Для достижения этой цели необходимо знать причину возникновения отклонения от нормы в речи учащихся.

В процессе обучения иностранному языку приоритетную роль необходимо отводить родному языку. Как утверждает Ж. Жиакоб, не усвоение иностранного языка «излечивает» ученика от влияния родного языка, а наоборот, обращение к родному языку создает условия для усвоения иностранного языка [6, с. 121].

Обзор теоретических источников и анализ проблемы интерференции на межъязыковом уровне дают основания для таких выводов.

1. При сопоставлении различных языков выделяют два вида расхождений между ними: качественные и количественные. Качественные состоят в том, что языковой элемент или тип высказывания полностью отсутствует в одном из языков, которые сравниваются (например, артикль в русском языке, падеж существительных – во французском). Количественные появляются в тех случаях, когда любая категория есть в обоих языках, но в одном она более дифференцирована, чем в другом, или приобретает более широкое применение, чем в другом.

2. Сравнение многих аспектов и элементов языкового строя приводит исследователей к более частому установлению количественных расхождений, чем качественных, то есть язык отличается не столько номенклатурой элементов и типов высказывания, сколько их употреблением. Такие выводы становятся возможными на основе статистических данных.

Раскрывая своеобразие того или иного языка, исследователь неизбежно устанавливает тот факт, что одинаковые явления в различных языках представлены неравномерно. Так, из сопоставления системы значений форм глаголов в обоих языках следует, что в русском языке временные формы основываются на единой оппозиции, в основе которой находится план прошлого, настоящего и будущего времен, а во французском языке к этой основной оппозиции добавляется оппозиция относительного времени (предшествование, следование и одновременность).

Исходя из задачи исследовать признаки изоморфизма (то есть совокупности качественных параметров, присущих любому языку) и алломорфизма (а именно, параметров, присущих отдельному языку), рассмотрим единообразие и специфические особенности в построении, значении и употреблении глагольных временных форм современного французского и русского языков.

Арсенал форм настоящего, будущего и прошедшего времен французского языка насчитывает 29 видов, тогда как в русском языке их количество значительно меньше.

Статистический анализ форм, значений и функций будущего времени вновь доказывает численное превосходство форм французского языка. Из девяти французских форм две формы –Futur simple (простое будущее) и Futur immédiat (proche) – (ближайшее будущее время) – являются абсолютными временными формами, а пять - относительными: Futur antérieur (предбудущее время), Futur dans le passé (будущее время в прошлом), Futur immédiat (proche) dans le passé (ближайшее будущее время в прошлом), Futur antérieur dans le passé (предбудущее время в прошлом), Futur antérieur surcomposé (сложное предбудущее время), Futur antérieur proche (ближайшее предбудущее время), Futur immédiatement antérieur (непосредственно предбудущее время).

Вследствие преимущественно аналитического характера французского языка, все глагольные формы будущего времени можно считать аналитическими. Для создания форм Futur simple необходимо употребление личного местоимения и соответствующих личных окончаний: Jeferai. Ils feront; использование служебных слов необходимо также для образования более сложных форм будущего времени: Futur immédiat (proche) –Je vais faire. Ils vont faire; Futur antérieur–J'aurai fait. Ils auront fait и др.

Сравнение форм, функций и значений таких местоименно-глагольных сочетаний со значением будущего времени как Futur simple и простого будущего времени, позволяет сделать вывод о полной их эквивалентности по значению и функциям. Что касается формальных средств построения французских и русских предложений со значением будущего времени, то одна форма Futur simple имеет два эквивалента.

Cf: 1) Je refuserai cette invitation – future simple

а) Я откажусь от этого приглашения – простое будущее время.

в) Я буду отказываться от этого приглашения – составное будущее время.

Следует, однако, заметить, что полными семантическими аналогами в примерах (1а и 1в) является Futur simple– простое будущее, тогда как на значение будущего времени в русском простом и составном времени наслаиваются дополнительные грамматические значения, а именно способа действия и видовая оппозиция. Итак, в примерах (в) факт «отказаться от ...» приобретает признаки повторения действия, а в (а) он имеет видовой характер завершенности.

Французское ближайшее будущее Futur immédiat (proche), формального аналога в русском языке не имеет, находит семантико-функциональный вариант при помощи русского глагола в будущем времени или той же формы в корреляции с наречиями «сейчас, скоро» и глагольных оборотов «намереваться, собираться что-то сделать».

Cf: 2). Il va voter contre cette candidature –future immédiat (proche).

а) Он сейчас (скоро) проголосует против этой кандидатуры.

в) Он намерен голосовать против этой кандидатуры.

с) Он собирается голосовать против этой кандидатуры.

d) Он проголосует (будет голосовать) против этой кандидатуры.

Как видно из примеров, простые формы будущего времени французского и русского языков, употребляясь в простых предложениях, означают осуществление факта, действия в ближайшем или неопределенном будущем. При отсутствии отдельных форм ближайшего будущего времени, русский язык предоставляет значительно большее количество вариантов передачи значения французского предложения с Futur sipmle и Futur immédiat. Роль морфологических средств Futur immédiat (proche), а именно, не употребление вспомогательного слова aller в настоящем времени действительного залога берут на себя лексические средства.

Относительный характер таких временных французских форм, как Futur antérieur, Futur dans le passé, Futur immédiat (proche) dans le passé, Futur surcomposé является прежде всего признаком сфер их применения: В подавляющем большинстве , это рамки сложного предложения. Принятые в придаточных предложениях, приведенные формы означают предшествование к прошлому или другому будущему времени. Сравним:

Cf: 3). Quand tu t es seras bien reposé tu sortiras un peu. (Futur antérieur–futur simple).

– Когда ты хорошо отдохнешь, ты немного развлечешься (простое предбудущее – простое будущее).

Поскольку русская грамматика не имеет такой формы будущего времени, которая уже на структурном уровне означала бы предшествование одного будущего действия в отношении второго будущего действия, то для более точного перевода французской фразы на русский можно было бы использовать лексические элементы, которые передали бы значение коррелятивных форм Futur antérieur–futur simple: в) Когда ты (сначала) хорошо отдохнешь, ты (позже) развлечешься. Вариантами наречий «сначала – позже» могут быть «как только», «сразу после того, как» и другие; с) Как только ты хорошо отдохнешь, ты немного развлечешься. Эквивалентом относительного времени Futur dans le passé в русских высказываниях являются формы абсолютного будущего времени. При этом употребление Futur dans le passé ограничено употреблением в сложных предложениях, тогда как простое, составное будущее время таких ограничений не знают.

Cf: 4) On a décidé que Jacques resterait cet été a Lyon. (Pass composé – Futur dans le passé).

– Договорились, что Жак останется (будет оставаться) этим летом в Лионе (прошедшее время - простое будущее).

Можно проследить такую способность русских лексико-грамматических средств передавать тонкие нюансы французских временных структур на примере одной из самых сложных форм, а именно Futur antérieur surcomposé (сложное предбудущее время):

Cf: 5) Dès qu'il aura eu dit «oui», ces papiers seront signés (Futur antérieur surcomposé–Futur simple).

– Как только он скажет «да», эти бумаги будут подписаны (простое будущее – составное будущее).

Итак, количественные преимущества форм будущего времени французского языка нивелируются способностью общей системы русского языка передавать все оттенки грамматических значений, функционирующих во французской грамматике.

Можно утверждать, что меньший количественный состав русских грамматических элементов на уровне глагола является проявлением правила экономии языковых средств и доказывает дистрибутивную гибкость 3-х форм будущего времени русского языка и именно их способность коррелировать с различными лингвистическими или перифрастическими оборотами для усиления или детализации значения чисто грамматической формы.

Однако, сравниваются именно количественные расхождения в системах языков, то есть отсутствие конкретной временной формы в родном языке. Это часто является источником межъязыковой интерференции, которая, в свою очередь, вызывает языковые ошибки.

Не доведенные до автоматизма навыки в использовании языковых средств, передающих значения ближайшего будущего времени в прошлом (Futur immédiat dans le passé), допускают использование русскоязычным субъектом такие толкования французского предложения:

Cf: 6) Il a répondu qu'il allait changer ses projets.

Вместо правильного варианта:

Он ответил, что скоро (сейчас) изменит свои планы, или: он ответил, что собирается (намерен) изменить свои планы, мы можем получить ошибочные конструкции:

– Он ответил, что ходил менять планы.

– Он ответил, что идет менять планы.

Как показывает опыт преподавания, ошибок, возникающих при переводе подобного русского предложения на французский, значительно больше. Их перечень может увеличиваться, начиная с неумения создать личную форму Futur immédiat dans le passé и заканчивая отсутствием согласования временных планов главного и придаточного предложения.

Cf: 7) Я сказал, что скоро посещу Париж.

Вместо правильного: J'ai dit que j'allais visiter Paris можно увидеть и услышать варианты: J'ai dit que jevais visiter Paris. Je disais que (je) bientôtirai visiter Paris. А в случае необходимости можно передать на французском языке значение перифрастичных оборотов «намереваться», «собираться делать», например: Они написали, что собираются приехать – с помощью конструкции:

Ils ont écrit que (se) réunissent arriver.

Значительное количество калек с родного языка допускается русскоязычным субъектом в предложениях, которые выражают значение условия и требуют употребления формы будущего времени.

Cf: 8) Если он придет, я его приму.

Употребление в главном и придаточном предложениях форм будущего времени в русской фразе неизбежно приводит к ошибочной, кальковой форме выражения во французском языке:

– S'ilviendra, je le recevrai, вместо S'ilvient, je le recevrai.

Прочные навыки правильного построения французских предложений со значением реального предположения по схеме: si + présent + futur simple приводит к формированию внутриязыковой интерференции. Даже в случаях косвенного вопроса, который требует употребления после =si= формы будущего времени, чаще всего встречаются ошибочные варианты.

Так, в случае перевода фразы:

Cf: 9) Я спрашиваю, ваш отец будет присутствовать? – более вероятным будет употребление ошибочной формы настоящего времени после si:

– Je demande si votre père est présent, вместо: Je demande si votre père sera présent.

Как видно из вышесказанного, в грамматической системе французского языка практически не существует семантических характеристик действий в будущем времени, которые не находят своего выражения с помощью средств русского языка. При этом количественный состав русской морфологии ощутимо уступает мощному арсеналу французского языка, что, однако, не является свидетельством несовершенства русской грамматики. Качественные параметры категории будущего времени французского языка с его разветвленной системой временных форм в полном объеме передаются на русском языке. Отсутствие формальных средств при этом компенсируется лексико-семантическими элементами, способными в совокупности с грамматической формой передать все тонкости семантики французских временных глагольных конструкций.

Однако, в ходе учебного процесса в языке россиян, которые высказываются по-французски, нередки ошибки, вызванные интерферирующим влиянием родного языка.

Категория будущего времени есть в обоих языках, но существенная разница на формальном и функциональном уровнях требует от участников учебного процесса обязательного учета специфических свойств французской грамматики. Преподаватель должен довести до сознания учащихся причины возможных ошибок, давая сравнительную характеристику объемов значений французских временных форм и их русских эквивалентов. Необходимо научить правильно употреблять французские грамматические единицы в зависимости от контекста, опираясь при этом на примеры родного языка. В противном случае, невозможно выполнить практическую задачу качественного обучения французскому языку как средству общения.

Список использованной литературы:

1. Гак В.Г. Русский язык в сопоставлении с французским / В.Г. Гак. – М.: Рус. яз., 1988. – 259 с.

2. Леонтьев А.А. Некоторые проблемы обучения русскому языку как иностранному / А.А. Леонтьев. – М.: МГУ, 1970. – 210 с.

3. Larousse P. Dictionnaire de linguistique et des sciences des langues / P. Larousse. – Paris : Mars-LB, 1994. – 514 p.

4. Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энцикл., 1990. – 683 с.

5. Pendanx M. Les activitйs d’apprentissage en classe de langue / M. Pendanx. – Paris: Hachette, 1998. – 180 p.
6. Giacobe J. Le recours a la langue premiиre. Une approche cognitive / J. Giacobe // Le franзais dans le monde. – 1990. – № 2 (3). – pp. 115-123.
7. Плющ М.Я. Грамматика української мови. Морфологія / М.Я. Плющ. – К.: Либідь, 1993. – 336 с.

УДК 81

ЯЗЫК КАК ПТИЦА ФЕНИКС

Козина Екатерина Владимировна,
Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов

E-mail: katarinakozina@yandex.ru

Аннотация. *В статье анализируются существующие подходы к пониманию актуальных проблем русского языка. Подчеркивается, что, несмотря на закономерную и отчасти объективную природу ряда происходящих в языке изменений, многие исследователи трактуют их субъективно или агрессивно-полемически. Проблема заключалась в выявлении принципиального отличия научной критики языка от критики речевой деятельности. Целью работы стала необходимость сопоставления разных точек зрения на проблемы бытования и развития русского языка и определение существенно значимых обстоятельств выхода на новый уровень общественной дискуссии о языковой деятельности. Основными методами служили логический анализ, обобщение и систематизация материала. Результатом исследования стало сформировавшееся представление о том, что в современной языковой ситуации значительную роль играют носители языка, заинтересованные в сохранении чистоты литературной нормы, что сам язык – явление обновляющееся и самовозрождающееся.*

Abstract. *The article analyzes the existing approaches to understanding the current problems of the Russian language. It is emphasized that, despite the regular and partly objective nature of a number of changes occurring in the language, many researchers interpret them subjectively or aggressively polemically. The problem was to identify the fundamental difference between the scientific criticism of the language and the criticism of speech activity. The aim of the work was the need to compare different points of view on the problems of existence and development of the Russian language and to determine the essential circumstances of reaching a new level of public discussion about language activity. The main methods were logical analysis, generalization and systematization of the material. The result of the study was the formed idea that in the modern language situation a significant role is played by native speakers who are interested in maintaining the purity of the literary norm, that the language itself is a renewed and self-regenerating phenomenon.*

Ключевые слова: *языковая ситуация, язык СМИ, обсценная лексика, слова-паразиты, интернет-общение, дискуссии о языке.*

Key words: *language situation, media language, profanity, parasite words, online communication, language discussions.*

Предельная открытость языка и есть его победа.
Поль Рикер

Во все времена язык был одним из самых притягательных объектов всесторонних наблюдений: исследователей интересовали взаимосвязь языка и мышления, специфика видоизменений в ходе исторического развития, степень влияния той или иной эпохи на разные языковые пласты и многое другое. Современных лингвистов, философов, социологов, культурологов также не могут профессионально не волновать колоссальные изменения языковой среды и ментальности человека. Они стремятся определить назревающие и уже возникшие проблемы и риски, вызванные влиянием измененной действительности на процессы речевой деятельности. Среди особо значимых проблем выделяются следующие: влияние СМИ на формирование языковой литературной нормы, в связи с чем наблюдается учащение ошибок в письменных текстах; снижение грамотности на просторах Интернета и за его пределами; загрязнение речи словами-паразитами; утрата культуры речи и обилие обсценной лексики.

В процессе поиска ответов на проблемные вопросы о векторах языковых изменений ученые, так или иначе, становятся приверженцами одного из противоположных суждений: одни говорят о нынешней языковой катастрофе, другие считают, что язык развивается естественно и закономерно.

Самыми дискутируемыми сегодня остаются, пожалуй, три проблемы: влияние СМИ на формирование литературной нормы, грамматическая интерференция языкового общения в Интернете и расширение позиций ненормативной лексики.

Об отрицательном влиянии СМИ на литературную норму филологи размышляют в двух аспектах. Во-первых, закрепляется мысль, что «загрязнение» языка влияет на духовное развитие человека. В связи с этим О.А. Бондаренко подчеркивает, что «если сейчас не взяться за спасение языка, потом может быть уже поздно» [1]. Свою позицию она обосновывает тем, что из-за распространения сленга в СМИ у молодых людей искажаются нравственные устои: закрепление таких слов, как *предки, родаки, кони, шнурки* подрывает авторитет родителей, стремление к сокращениям делает молодежный язык примитивным и т.п. Нам представляется, что такая позиция имеет нарушение в причинно-следственной связи, так как «спасать» в этом случае следует не язык, а его носителя с определенной системой ценностей и уровнем воспитания. Человек, обладающий высокой степенью осознанности, не станет употреблять подобные слова, даже если они существуют в языке, и он об этом осведомлен; подросток, искренне уважающий своих родителей, не назовет их *родаками* и проч.

О пагубном влиянии СМИ на литературный язык говорит и Е.А. Гингель, которая утверждает, что «язык журналистики продолжает «разъедать» сложившуюся культуру» [2, с. 63]. По мнению исследователя, отсутствие языкового контроля приводит к деградации общества и снижению его духовного здоровья, обеднению языка. Несомненно, язык и мышление связаны, но, тем не менее, важно не упускать из внимания то обстоятельство, что язык – это лишь

своеобразный инструмент жизнедеятельности человека, который вправе выбирать, как им владеть.

Во-вторых, существует позиция, лишенная резкого субъективизма и попытки сделать язык мерилом духовности человечества. Так, Я. Шабермах говорит о том, что отрицательное влияние СМИ на литературный язык «носит всемирный характер, поэтому некоторые уже заговорили о феномене деградации под воздействием СМИ как одном из последствий глобализации» [3, с. 206], приводит он и конкретные примеры влияния СМИ на литературную норму, не прибегая при этом к оценочной лексике.

Проблема снижения грамотности в интернет-общении также волнует многих специалистов-филологов. А.И. Виноградова и А.А. Парамонова тревожатся о неблаготворном влиянии сети Интернет на культуру и образование, отмечая, что раньше благодаря печатным текстам, идеально выверенным редакторами и корректорами, у людей формировалась интуитивная грамотность, а теперь, из-за обилия ошибок и неточностей в публикуемых текстах, это становится невозможным [4, с. 287].

С другой стороны, Т.И. Попова и И.М. Вознесенская отмечают, что «пользователи Интернета разделяют ошибки на допустимые, «нарочитые» – намеренные, связанные с языковой игрой, и недопустимые – неосознаваемые, вызванные безграмотностью» [5, с. 49], а это, по мысли филологов, говорит о способности пользователей выбирать модель речевого поведения, «разрешать или не разрешать» себе и другим ошибаться в текстах. Таким образом, несмотря на оправданную тревогу многих филологов, ситуацию с безграмотностью в Интернете нельзя назвать тотально неразрешимой.

Обилие ненормативной лексики – одна из острейших и часто обсуждаемых ученым сообществом проблем. Так, Л.П. Сорокина в статье «Актуальные проблемы русского языка и культуры речи. Ненормативная лексика – все аргументы против» выражает свою озабоченность состоянием русского языка, призывая всех решительно отказаться от употребления в своей речи сквернословия и беречь великий дар – прекрасный русский язык, а общество и власть – отбросить чисто коммерческий подход к культуре и начать пропагандировать высшие ценности [См.: 6: 54]. Статья насыщена оценочной лексикой, переводящей научную дискуссию в публицистическое русло: ***тяжелое***, ***грязное*** *слово; матерное слово* ***отвоевывает*** *себе все новые территории;* ***гнилые*** *слова; нравственная* ***грязь***; ***гниль*** *в душе;* ***жалкий*** *набор* ***гнусных*** *звуков; лексический* ***мусор*** *и т.д.* Это демонстрирует личную вовлеченность автора в проблему и его желание прямого воздействия на читателя, что как раз и определило смену жанровых регистров, уход от научной критики языка. В этом же ключе мыслит и О.А Бондаренко, призывая бороться с обсценной лексикой на законодательном уровне: «поставить правовой заслон нецензурщине и пошлости в литературе, на телевидении, в кино, в театральных постановках, в СМИ, в рекламе и т.д.» [1].

Своё беспокойство засоренностью языка нецензурной лексикой высказывает и М.Э. Рут. Заметим, что филолог в этом случае не использует эмоционально-оценочные слова, не требует запрета мата на законодательном уровне. Однако в своей статье она доказательно развеивает «мифы», связанные с

оправданием обсценной лексики в речи: запрет мата в советское время, использование мата Пушкиным, Лермонтовым и другими классическими писателями, мат как часть русской культуры, языковое богатство мата, помощь человеку в стрессовой ситуации, – и призывает к сохранению чистоты русского языка.

Менее обсуждаемы в филологических кругах проблемы вкрапления слов-паразитов в речи. Изучением дискурсивных слов занимаются многие современные филологи: одни авторы стремятся классифицировать слова-паразиты последних десятилетий, анализируют положительные и отрицательные моменты в употреблении дискурсивов (А.В. Захарова, Ю.А. Кабардина), другие стремятся определить их назначение и статус в современном русском языке (Г.Н. Манаенко, С.А. Манаенко), третьи рассматривают функцию дискурсивов в определенной среде, например, в бытовом общении (А.Р. Мухтаруллина, Г.Б. Азамотова) и т.д. Тем не менее, все исследователи объединены общим настроением: авторы понимают назначение слов-паразитов в устной речи и относятся к ним с определенной долей лояльности.

На наш взгляд, языковая действительность и ее развитие могут быть интересны исследователям и с позиции самоочищения языка, его самовозрождения по образу всем известной мифологической птицы. Что же касается волнующей всех проблемы грамотности, то само это понятие, по убеждению многих филологов, стоит значительно расширить, поскольку сюда входит и умение выбирать нужные слова, и знание особенностей стилей, и обладание языковым чутьем, и стремление к соблюдению языковых норм, и контроль над речью в разных языковых ситуациях.

В таком случае и ошибки в СМИ можно считать «допустимыми», если информация была донесена корректно и без искажений фактов. Эту мысль подтверждает Б.Ю. Норман, который полагает, что, в конечном счете, не столь важно, как человек произнесет слово «звон*и*т» или «зв*о*нит», главное, что собеседник его поймет, следовательно, коммуникативная функция языка будет выполнена [7, с. 4]. Однако, не стоит злоупотреблять такими ошибками, так как они как раз и формируют языковой имидж говорящего.

Кроме того, для учителя-филолога текст с ошибками может стать благодатной почвой для обучающей работы. Во-первых, это замечательная возможность научить школьников корректировать чужой текст, а впоследствии видеть и собственные недочеты (такие задания становятся наиболее сложными на ЕГЭ по русскому языку). Во-вторых, учителю важно показать, что «иногда ошибка – это другое лицо творчества» [7, с. 4], «поэтому иногда ошибка, сознательная ошибка – это великое дело. Она может достигать очень далеких целей» [7, с. 4]. Примером тому служит языковая игра, столь любимая детьми за неожиданные открытия и юмористический характер.

Несмотря на то, что многие лингвисты с тревогой рассматривают сегодняшнее состояние бытования языка, отмечая тотальное наступление безграмотности, на наш взгляд, это не совсем объективно. Стоит обратить внимание на вполне осознанный многими пользователями Интернета подход к языковой самопрезентации на его просторах. Об этом свидетельствует большое

количество курсов копирайтинга, сторителлинга, повышения грамотности детей и взрослых. Не случайно в Интернете особую популярность набирают блоги и группы о русском языке. Такие проекты, как «Тотальный диктант» и «Послы русского языка в мире», привлекают все больше участников. Выпускается множество популярных лингвистических книг для широкой публики, которые всегда востребованы: «Русский язык на грани нервного срыва» М. Кронгауза, «Русский без нагрузки» Ю.Андреевой и К. Турковой, «Русский со словарем» И. Левонтиной, «Путешествие в слова» Э. Вартаньяна, «Я люблю русский язык» Н.Ефремовой, О. Судаковой и др., «Русский с енотами-полиглотами» А. Беловицкой, «Русский на пальцах» Г. Суданова, «Рифмуем» М. Чепиницкой, «Бизнес-копирайтинг» Д. Каплунова и многие другие. Всё это служит безусловным доказательством вовлеченности современного человека в языковые процессы.

Таким образом, рассмотрение подобного рода проблемных вопросов помогает убедиться в том, что современные языковеды придерживаются разных взглядов на актуальные проблемы современного состояния русского языка. Нельзя не заметить, что многие авторы воспринимают происходящие изменения слишком «болезненно» и субъективно. Кроме того, в некоторых статьях филологи, стремясь убедить читателя в своей правоте, делают упор на доминантах публицистического стиля, что представляется невозможным в поиске научной оценки явления. На наш взгляд, никакой катастрофы с русским языком сейчас не происходит: есть его естественные закономерные изменения, за которыми интереснее наблюдать, чем опасаться их.

Список использованной литературы:

1. Бондаренко, О.А. Язык молодежных СМИ / О.А. Бондаренко // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – 2013. – № 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/v/yazyk-molodezhnyh-smi

2. Гингель Е.А. Русский язык и общество в новом веке. Роль СМИ в засорении русского языка / Е.А. Гингель // Сибирский торгово-экономический журнал. – 2008. – № 5. – С. 62-64.

3. Шабермах Я. Язык современных СМИ: парадокс медийной революции и деградации языка (на примере современных арабских СМИ) / Я. Шабермах // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 101. – С. 205-208.

4. Виноградова А.И., Парамонова А.А. Культурологический аспект негативного влияния сети интернет на человека и культуру / А.И. Виноградова, А.А. Парамонова // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. – 2010. – Т. 6. – № 2. – С. 286-287.

5. Попова Т.И., Вознесенская И.М. Правила речевого поведения в Интернет-общении: нормативный и этический аспект / Т.И. Попова, И.М. Вознесенская // Мир русского слова. – 2009. – № 3. – С. 47-52.

6. Сорокина Л.П. Актуальные проблемы русского языка и культуры речи. Ненормативная лексика – все аргументы против / Л.П. Сорокина // Наука, образование и культура. – 2016. – № 12. – С. 53-55.

7. Норман Б.Ю. «Иногда ошибка - это другое лицо творчества в языке»: интервью с профессором Б.Ю. Норманом на Омском телевидении / Б.Ю. Норман // Русский язык. – 2013. – № 3. – С. 4-5.

8. Рут М.Э. О великом русском языке и мате / М.Э. Рут // Филологический класс. – 2012. – № 2 (28). – С. 61-65.

9. Захарова А.В., Кабардина Ю.А. Новые слова и словосочетания-паразиты в русском языке / А.В. Захарова, Ю.А. Кабардина // Вестник Московского государственного университета печати. – 2015. – № 2. – С. 69-76.

10. Манаенко Г.Н., Манаенко С.А. Дискурсивные слова в текстах СМИ: функционирование и статус / Г.Н. Манаенко, С.А. Манаенко // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. – 2009. – № 11. – С. 135-140.

11. Мухтаруллина А.Р., Азамотова Г.Б. Дискурсивные слова (на примере бытового общения) / А.Р. Мухтаруллина, Г.Б. Азамотова // Вестник Башкирского университета. – 2012. – Т. 17. – № 3. – С. 1632-1634.

УДК 159.9.07

ОСОБЕННОСТИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ЮНОШЕСТВА В УСЛОВИЯХ ДЕТСКОГО ЛАГЕРЯ (НА ПРИМЕРЕ МДЦ «АРТЕК»)

Воронков Дмитрий Евгеньевич,
Крымский инженерно-педагогический университет
имени Февзи Якубова, г. Симферополь

E-mail: voronkov.de@mail.ru

Аннотация. *В данной статье рассматриваются понятие «социализация», особенности данного процесса в детском лагере и в МДЦ «Артек» на примере профильного отряда «Art-театр».*

Задача социального становления личности является важной для любого общества, особенно для нашей страны в период переориентации ценностей, существенно влияющих на формирование социального опыта у детей и подростков. От того, какие ценности будут сформированы у молодёжи сегодня, зависит развитие общества и в настоящем, и в будущем. В связи с этим существенно возрастает социальная значимость общественных институтов, направленных на создание условий социализации, среди которых важное место занимает детский оздоровительный лагерь.

Abstract. *This article discusses the concept of "socialization", the features of this process in the children's camp and in the ICC "Artek" on the example of the profile group "Art-theater".*

The task of social formation of personality is important for any society, especially for our country in the period of reorientation of values that significantly affect the formation of social experience in children and adolescents. The development of society in the present and in the future depends on what values will be formed among young people today. In this regard, the social importance of public institutions aimed at creating conditions for socialization, among which the children's health camp occupies an important place, significantly increases.

Ключевые слова: *социализация, развитие личности подростка, творческая деятельность, детский лагерь.*

Key words: *socialization, development of the personality of the teenager, creative activity, children's camp.*

Введение

Процесс социализации подростков во временном детском коллективе является неотъемлемой частью функционирования межличностных отношений в любом детском оздоровительном лагере, в том числе и в МДЦ «Артек». Единственным различием этого процесса могут выступать только формы, содействующие более быстрому протеканию социализации подростков,

реализуемые в том или ином лагере. Например, в МДЦ «Артек» одной из таких форм выступает деятельность профильных программ, в том числе, профильной программы «Art-театр», которая при помощи проектной деятельности способствует более быстрой адаптации подростков к новому временному коллективу.

Целью данного исследование является – изучение функционирования профильной программы «Art-театр» в МДЦ «Артек» как одного из способов облегчения протекания процесса социализации подростка во временном детском коллективе, а также изучение особенностей социализации подростков в условиях детского лагеря в целом.

1. Процесс социализации подростка

С самого начала своей жизни человек окружен другими людьми, он включен в социальное взаимодействие. В процессе этого взаимодействия он получает определенный социальный опыт, который становиться неотъемлемой частью его личности.

Процесс приобретения социального опыта, то есть процесс, результатом которого является включение социального в структуру личности в общем понимании называется процессом присвоения или социализации. Само понятие «социальное» в истории психологии имеет как минимум три определения: как общечеловеческое, как общественное и как коллективное.

Первая трактовка, социальное как общечеловеческое, подразумевает наличие какой-либо общей сущности, которое и объединяет людей [6]. Однако остается нерешенным вопрос: общая сущность дана человеку при рождении или приобретается в ходе взаимодействия с обществом. Например, новорожденный ребенок уже владеет социальным или ему необходимо приобрести его в процессе контакта с обществом. По мнению Л.С. Выготского, «… очень наивно понимать социальное только как коллективное, как наличие множества людей. Социальное и там, где есть только один человек и его личные переживания», то есть новорожденный ребенок уже задан как элемент определенных социальных связей и определенной культуры.

Обращаясь к другой точке зрения, социальное – это вычерпанное из общества, имеющее «общественное» происхождение [2]. Есть несколько трактовок того, конкретно личность вычерпывает из общества: коллективные представления, ценности и идеи (французская социологическая школа, Дюркгейм); речь, язык и символ (работы Э. Кассирера, Л.С. Выготского, М.М. Бахтина); способы мышления и деятельности (концепция Рубцова).

Но чаще процесс социализации опирается на общественную трактовку понятия «социальное», то есть, предполагается установление субъективных отношений между личностью и социумом, формирующиеся через определенные формы и модификации. При этом, специфика общества влияет на личность, отражается в ней, преломляясь через ее особенности [3].

Таким образом, процесс социализации – это усвоение принципов, норм и ценностей, существующих в том или ином обществе. Данный процесс состоит из следующих компонентов:

1. Стихийная социализация – непроизвольный процесс, происходящий под влиянием объективных обстоятельств, проконтролировать который очень трудно.

2. Относительно-направляемая – экономические, организационные, законодательные и иные меры, принимаемые государством для решения задач, непосредственно влияющих на человека.

3. Относительно-контролируемая социализация – созданные государством и обществом, духовные и культурные нормы.

4. Сознательное самоизменение человека – вид социализации, присущий взрослым, реже подросткам.

Процесс социализации ребенка проходит несколько этапов [1]:

1) Младенчество (от рождения до 1 года);
2) Раннее детство (1-3 года);
3) Дошкольный возраст (3-6 лет);
4) Младший школьный возраст (6-10 лет);
5) Младший подростковый возраст (10-12 лет);
6) Старший подростковый (12-14 лет);
7) Ранний юношеский возраст (15-18 лет).

2. Детский оздоровительный лагерь как среда социализации личности

В мире существует множество объектов в сфере социальных отношений, с которыми подросток вступает в контакт: подросток-семья, подросток-школа, подросток-государство, подросток-среда, подросток-мир. Детский лагерь в той или иной степени соприкасается с этими объектами и обеспечивает вхождение в социальные отношения, чем и определяются особенности социализации подростка.

Так как в настоящее время процесс социализации подростка рассматривается как процесс двусторонний: усвоение социального опыта, норм и установок, присущих обществу или социальным группам, и, в тоже время, активное воспроизведение систем социальных связей и социального опыта, можно сказать, что социализируясь в условиях лагеря, подросток не только приобретает новый опыт, но и реализует себя, проявляя различные черты своей личности.

Поэтому, воспитание в детском лагере должно осуществляться целенаправленным управлением развития личности через различные виды социальных отношений: игра, творческая деятельность, практическая деятельность, общение. При этом лагерь должен предоставить ребенку необходимые условия, то есть поспособствовать его самореализации, самоутверждению, развитию интересов.

При этом не следует забывать, что что для процесса социализации мало создать только условия, необходимо сформировать и мотив у подростка, то есть создать мотивационные ядра личности, через выполнение различных социальных ролей и превращение их во внутренние структуры человеческой психики.

Выделяют следующие уровни формирования мотивов [5]:

– функционально-ролевой – определяемые возрастом, полом, статусом и обусловленные нормативным поведением;

– социальный – мотив формируется с учетом особенностей личности (замкнутость, симпатии и т.д.), которые формируют определенные социальные позиции;

– интериоризованный – принципы, установки, взгляды личности.

Таким образом, детский лагерь должен формировать определенную потребностно-мотивационную среду, в которой и будет происходить процесс социализации ребенка, то есть преобразование социального опыта в лагере в собственное мировоззрение.

3. Особенности социализации детей на примере профильного отряда «Art-театр» МДЦ «Артек»

Театральное искусство знакомит подростка с окружающим миром через какого-либо персонажа и его отношение к жизни, его переживания и чувства. Все это выражается мимикой, жестами, движениями, словами, что помогает подростку научиться выражать свои чувства и понимать чувства других.

Данный вид творчества подразумевает взаимодействие и взаимодополнение сразу двух типов мышления – логического и образного, то есть одновременно происходят неосознанные и осознанные процессы.

Цель данной программы: вовлечение подростка в активную творческую деятельность, предполагающую применение базовых художественно-прикладных навыков в области театрального творчества.

Реализация данной цели способствует приобретению подростком определенных навыков и компетенция, формирующих процесс его социализации в обществе.

Задачи программы:

– актуализация знания в области театрального искусства;

– совершенствование навыков актерского мастерства;

– приобретение опыта публичной презентации результатов коллективной творческой деятельности, опыта общения и ролевого взаимодействия в совместном решении творческих задач посредством театральной деятельности;

– знакомство с основами сценической культуры;

– обретение гибкости в социальных контактах через моделирование ролевого поведения;

– формирование индивидуального стиля.

В ходе профильной программы «Art-театр» реализуются следующие виды деятельности:

– произношение определенных звуков в разной тональности, произношение словосочетаний;

– выполнение определенных задач в разном эмоциональном состоянии (например, взаимодействие с предметом в порыве злости или радости);

– развитие воображение (изобразить таяние свечи, цветение растения);

– контроль чувств (произношение скороговорок или текста по парам, в глаза друг другу, при этом не смеясь).

Также часть занятий отводиться разбору творческих выступлений – какие ошибки были допущены при работе с микрофонами, работой с залом, в работе на сцене.

Уже на последней недели начинается подготовка к самой постановке. Выбирается какое-либо произведение, составляется сценарий. Затем начинается вычитка текста разными детьми, то есть происходит отбор главных и второстепенных персонажей (учитывая способности и особенности детей). Дальше уже начинается разводка сценария и репетиции. По мимо этого готовиться реквизит, если такой необходим. Обычно выступление длится порядка 15-20 минут.

Вместе с этим, проводится конкурс афиш и трейлеров. Дети должны подготовить афишу, согласно определенным требованиям, которые затем вывешиваются в день премьер во Дворце Суук-Су. А перед самим выступлением демонстрируется подготовленный трейлер.

В день премьер каждый отряд театралов (обычно это 5) демонстрирует свою постановку и жюри присуждает 1,2,3 место и какую-либо номинацию (она каждый раз меняется) оставшимся двум отрядам. Вместе с тем награждается лучшая афиша и лучший трейлер, лучшая актриса и лучший актер первого и второго плана. По мимо 1,2,3 место могут дополнительно дать номинацию "Лучшее оформление", "Лучшее сценарное решение", "Лучшая пластика" и тому подобное. За первое место присуждается переходящий кубок.

Таким образом, МДЦ «Артек» имеет огромные психологические ресурсы в развитии подростка, создавая дополнительные условия к уже имеющимся социальным институтам. Процесс социализации в данном условии характеризуется наличием многообразием видов деятельности, социально-значимых позиций и ролей, коллективной деятельности, повышенной коммуникабельностью.

Так как подросток находится в центре круглосуточно, процесс педагогического регулирования социализации проходит наиболее благоприятно, и ребенок обогащается не только опытом, но и реализует себя как личность, оказывая влияние на окружающих и жизненные обстоятельства.

Данная программа подтверждает, что применение проектного подхода позволяет создать условия для удовлетворения потребности подростка и сформировать мотив у удовлетворения этой потребности, тем самым сделать лагерь действенным механизмом развития личности.

Выводы

Социализация – это процесс, который окружает человека на протяжении всей его жизни, и через который приобретается определенный социальный опыт и усваиваются определенные социальные нормы. Он содержит определенные компоненты и протекает через определенные этапы.

Одним из видов социализации, является социализация во временном детском коллективе, в том числе адаптация подростка во временном детском коллективе в условиях детского лагеря. Исследование социализации личности ребенка в детском лагере выявило ряд противоречий.

Во-первых, в условиях лагеря ребенок оказывается в ситуации свободного выбора общения, действий и поступков, форм творческой деятельности, способствующих социализации личности.

Во-вторых, имеет место отрыв от семьи и школы, от привычных взаимоотношений, от устоявшегося мироощущения, где любые проблемы, возникающие на пути ребенка, разрешаются при поддержке взрослого, и попадание в новую среду жизнедеятельности, требующей самостоятельности и принятия собственных решений.

Существуют разные форма деятельности, помогающие подростку пройти адаптацию в новом для него коллективе, и в МДЦ «Артек» данной формой выступает реализация профильной программы «Art-театр». В рамках данной программы, ребенок является участником проектной творческой деятельности, в ходе которой изменяется его психологическое состояние и отношение ко временному коллективу, в котором он оказался.

Список использованной литературы:

1. Авдулова Т.П. Психология подросткового возраста: учебное пособие. – М.: НЦ ЭНАС, 2012. – 240 с.

2. Иванова Н.П., Заводилкина О.В. Социализация детей в современных условиях // Социальная педагогика. – 2012. – № 3. – С. 109-117.

3. Данилков А.А., Данилкова Н.С. Психологическая адаптация ребенка в условиях детского лагеря: избегание негативных последствий информационной цивилизации // Педагогическое образование и наука. – 2011. – № 8. – С. 95-99.

4. Лобынцева С.В. Как среди всех не потерять каждого, или возможна ли индивидуализация в детском лагере? // Народное образование. – 2011. – № 3. – С. 235-241.

5. Поволяева М.Н. Детские лагеря как институт воспитания // Народное образование. – 2012. – № 3. – С. 30-37.

6. Райс Ф., Долджин К. Психология подросткового и юношеского возраста. – СПб: Питер-Юг, 2012. – 816 с.

УДК 32.019.51

МИФОДИЗАЙН В РЕКЛАМЕ СМАРТФОНОВ APPLE

Медведева Екатерина Игоревна,
Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Санкт-Петербургского государственного университета, г. Санкт-Петербург

Аннотация. *Реклама смартфонов Apple строится на ритуальных мифологических сюжетах, что позволяет производителю продавать не просто техническое устройство, а магическое средство, способное изменить жизнь пользователя. За счет использования бинарных оппозиций в роликах подчеркивается разница между жизнью без iPhone и после его приобретения.*

Важно, что реальные функции iPhone в рекламе подменяются на возможности, которые он дает владельцу: близость с семьей, творческие таланты, известность. Таким образом, покупка смартфона может удовлетворить все основные человеческие потребности. Благодаря использованию приемов мифодизайна iPhone возводится в культ современности.

Abstract. *This article examines the use of mythodesign techniques in advertising of Apple. The company are presenting its products as omnipotent tools able to magically transform the life of an otherwise common person. By introducing myth elements into their commercials the vendors are trying not so much to sell the gadget functionalities as to pretend that they satisfy fundamental human needs and present their smartphones as an indispensable part of human life.*

Technological race has long been turned into a race of myths shaped up in video ads. Commercial of iPhones draws on religious rituals of mythical nature in an attempt to proclaim them as cult-favorites of the modern times.

Ключевые слова: *мифодизайн, архетипы в рекламе, мифы в рекламе смартфонов, теория архетипов, структурный анализ мифа.*

Key words: *mythodesign, archetypes in advertising, myths in smartphone advertising, theory of archetypes, analysis of myth structure.*

Реклама смартфонов как высокотехнологичных продуктов вынуждена опираться на мифические сюжеты, так как их технические показатели мало о чем говорят среднему потребителю. Мифологический же сюжет является универсальным, доступным каждому зрителю рекламы.

В основе исследования мифологических образов в рекламе Apple лежат ритуальная теория Дж. Фрейзера и теория архетипов К.Г. Юнга, которые исследователь А.С. Козлов [1, с. 19] выделяет как два этапа в развитии британской мифокритики.

Дж. Фрейзер выяснил, что миф создается на основе древних обрядов путем вербального выражения, поэтому можно обнаружить ритуальный сюжет в литературных произведениях. Современные исследователи к литературным произведениям добавляют также художественное творчество и рекламу.

Видеореклама состоит из мифологем (мифотологических образов, мотивов и сюжетов), которые можно интерпретировать путем вычленения в них ритуального сюжета. Так, например, некоторые ролики имеют отсылки к обрядам инициации [2].

Появление теории архетипов К.Г. Юнга и применение ее в мифокритике способствовало выявлению в литературе мифологических архетипов – схожих психологических черт или имеющих схожий человеческий опыт героев [1, с. 16-17].

Чтобы обнаружить в рекламных видеороликах Apple мифологемы, мы обратимся к методу бинарных оппозиций К. Леви-Стросса [3, с. 110-111]. Выбранную нами эмпирическую базу – 30 рекламных роликов смартфонов и планшетов Apple – мы подвергнем структурному анализу, чтобы вычленить полярные концепты, лежащие в основе мифа.

В рекламе iPhone 4 [4] в ролике парень и пожилой мужчина беседуют в скайпе: на экране смартфона видно и молодое лицо, и пожилое. Молодой мужчина показывает старику младенца у себя на руках – торжество рождения «молодого бога» и смены поколений. Через дихотомию «молодость – старость» рекламисты iPhone еще в 2010 начали продвигать идею, что новые технологии подходят для всех поколений и, чтобы понимать своих детей, старикам придется в них вникнуть.

В рекламе iPhone 5 [5] 2013 года можно выделить две бинарные оппозиции: «реальность – виртуальный мир» и «обезличенность – персонализация». В начале ролика под лирическую музыку (тема Memories, англ. «воспоминания») мы видим людей, которые стоят к нам спиной и держат в руках гаджет с включенной камерой. Они снимают города и природу, панорамы и мелкие объекты. Они погружены в виртуальный мир своих смартфонов. На каждом кадре их съемки присутствуют (или подразумеваются, как на кадре с пирожным) люди. Но потребителю рекламы не видно не только лиц тех, кто снимает, но лиц героев съемки: они или спиной, или в пол-оборота, что подчеркивает обезличенность.

К концу ролика ситуация начинает меняться. В последних сценах явно выделены герои-люди, у них появляются лица: влюбленные пары, певцы в караоке, дети, компания, делающая селфи. iPhone уходит с переднего плана ролика, он становится лишь средством, которое делает героев реального мира счастливее: они смеются, делая снимки на смартфон и рассматривая их.

«Каждый день все больше людей используют iPhone как камеру», – слоган этой рекламы. Дихотомия «быт – художественной видение» – третья бинарная оппозиция, которая раскрывается в конце. Ты такой как все, потому что используешь iPhone, но отличаешься, потому что делаешь свои уникальные кадры. Твой взгляд на мир уникален, и iPhone – средство это подчеркнуть. Смартфон позволяет ощутить двойную радость от события: наблюдать его вживую и заснять его, чтобы сохранить.

Противоборство двух крайностей, двух бинарных оппозиций, как признак мифологического сюжета, используется в рекламе с целью разрушить негативный стереотип, отработать возражения целевой аудитории и подчеркнуть

плюсы от использования гаджета. Этот прием призван показать гармоничное сочетание двух полюсов.

Здесь уместно обратиться к рекламе другого продукта Apple – iPad 2 [6], так как в ней техническое устройство не только гармонично вписывается в жизнь, но сливается с ней. Наблюдается мимикрия гаджета, о которой мы писали выше. Посыл ролика iPad 2: лучшая технология – это та, которую не заметно. Также ролики Apple формируют необходимость владения продуктом. Сначала формируется дефицит и потребность, потом выпускают товар. Усложнение аргументов и сценариев: от перечисления опций первого iPhone в 2008 году к возведению дальнейших моделей в статус неотъемлемой части жизни – культ. У американских исследователей это называется Brand Icon.

Реклама iPhone, завоевавшая премию Эмми в 2014 году [7] обращается к дихотомии «семейные ценности – гаджеты». Многочисленная семья едет на Рождественские каникулы к дедушке. Послее каждой сцены совместного веселья и хлопот по дому членов семьи, идет кадр, где мальчик-подросток сидит, уткнувшись в телефон. Развязка ролика такова: все со слезами на глазах смотрят фильм об их семейных каникулах, снятый и смонтированный мальчиком. Реклама стремится создать представление о том, что гаджеты сближают. Маркетологи презентуют iPhone как «инструмент любви», с помощью которого можно проявить, запечатлеть, запомнить и подарить любовь.

Надо отметить, что прием противопоставления успешно используется в рекламе смартфонов для борьбы с негативными представлениями о влиянии гаджетов. Например, реклама iPad [8] противопоставляет учебный процесс веселью. Кадры чередуют призывы учителя к вниманию и выполнению домашнего задания и зевки учеников. Играет известная детская американская песенка – «О, домашнее задание! Я ненавижу тебя!» Но рекламируемый планшет с хорошей камерой превращает его выполнение в веселую и интересную игру. Так маркетологи стремятся разрушить стереотип «Домашнее задание – скучное», продвигая идею о том, что iPad способствует образовательному процессу и сплочению общественных групп. Дети в ролике представляют разные этнические группы, символизируя миф Нового времени об интернациональности.

Такая же идея прослеживается и в рекламе iPhone 5C (2013) [9]. Люди разных возрастов и национальностей берут трубку и произносят фразы приветствия на разных языках. Зритель слышит эмоциональные вскрикивания, восторги, и соотносит эти эмоции с использованием iPhone 5C. Особенность этой модели – корпус, выполненный в нескольких ярких цветах. Поэтому слоган «Для красочных (цветных)» связывает гаджет с идеей мультикультурализма, которую подразумевает ролик.

В рекламе iPhone 6S (2016) “Onions” [10] (с англ. «лук») дочь снимает, как мама режет лук. И это видео покоряет мир: попадает на лекции, в кинотеатры, выигрывает премию. Бытовая сценка с луком посредством камеры становится визуальным путешествием, произведением искусства. Противопоставление «быт – художественной видение», которую мы уже видели в рекламе 2013 года, углубляется до дихотомии «быт – искусство». С улучшенной камерой iPhone

снимки со смартфона становятся не только семейной ценностью, но и художественной.

В рекламе iPhone 7 Plus (2017) «Take mine» [11] (с англ. «возьми мой») изображены улочки деревенской Италии. Внучка приехала в гости к бабушке и сделала ее портрет на iPhone в режиме «Портрет». «Великолепная фотография!» – восклицает бабушка, чем привлекает внимание соседей.

Все знакомые просят девушку сделать портрет: булочник, музыкант, рыбак, священник, дети, парикмахер, пастух. В конце показывают четкие и яркие фотографии этих персонажей, ничем не уступающие профессиональным снимкам. iPhone представлен средством порадовать простых людей, запечатлеть и увековечить их жизни и дела, раскрывая дихотомию “технологии в деревне”.

Вторая дихотомия, которую мы уже видели в роликах, демонстрирующих камеру iPhone, «быт – искусство». Слоган «Портреты, сделанные на iPhone, волшебны» говорит о том, что с камерой нового смартфона каждый может стать фотохудожником, делая волшебные портреты обычных людей.

Как показало исследование, миф присутствует в 35% рекламных роликов iPhone. За счет использования контрастных концептов Apple конструирует потребность в своих устройствах и возводит их в культ. Без технических возможностей, которые даже не называются, пользователи не представляют своей жизни: iPhone представляется средством проявить себя в творчестве, укрепить семейные отношения и добиться успеха в учебе и на работе. За счет использования приемов мифодизайна в рекламе Apple достигает таких эффективных продаж и завоевывает авторитет у аудитории.

Важно отметить, что сконструированный в рекламе Apple миф убеждает пользователей в способности устройства удовлетворить высшие человеческие потребности по пирамиде Маслоу [12, с. 108-112]: самоидентификации (принадлежность к семье), социализации (налаживание связей в деревне через съемку портретов) и самореализации (девочка добивается успеха после того, как сняла ролик про лук). Такой эффект возможен за счет использования в роликах атрибутов, характерной для определенного архетипа.

Apple позиционирует себя как лидера рынка, а iPhone – как устройство меняющие жизнь и воплощающее мечты, поэтому по типологии рекламных архетипов Марк и Пирсон [13, с. 150] Apple – воплощение Мага. Их устройства представляются, как нечто волшебное, преображающее жизнь: девочка сняла лук и стала известна на весь мир. Авторы определяют магию как способность управлять сознанием и поведением людей, и очереди за новинками Apple – тому подтверждение. Реклама архетипа Маг подкрепляется узнаваемым дизайном и стильной подачей товара в интернет-магазине и на прилавке. Современность, дизайн, возможность почувствовать себя творцом – все это говорит о том, что Apple укладывается в канон архетипа.

Список использованных источников:

1. Козлов А.С. Литературоведение Англии и США XX века / А.С. Козлов. – М.: Московский лицей, 2004. – 256 с.

2. Медведева Е.И. Сила стереотипов в рекламе / Е.И. Медведева // Материалы 16-й Международной Конференции студентов, магистрантов и аспирантов / Под ред. А.С. Смоляровой. – СПб.: С.-Петерб. гос. ун-т, 2017. – 605 с.

3. Турышева, О.Н. Теория и методология зарубежного литературоведения: учеб. пособие / О.Н. Турышева. – М.: Флинта, 2012. – 160 с.

4. Youtube, реклама iPhone 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=5XZ1EfyJ_fI (дата обращения: 20.12.2018)

5. Youtube, реклама iPhone 5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=rw0AXq5t5JY (дата обращения: 20.09.2019)

6. Youtube, реклама Apple iPad 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://youtu.be/8NbwgQPMfZA (дата обращения: 20.12.2018)

7. Youtube, реклама Apple [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=uXVoDmWw9kU (дата обращения: 20.12.2018)

8. Youtube, реклама iPad [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: https://www.youtube.com/watch?v=IprmiOa2zH8 (дата обращения: 20.12.2018)

9. Youtube, реклама iPhone 5C [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=w8JdjYlk1bk (дата обращения: 20.09.2019)

10. Youtube, реклама iPhone 6S [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=zcCJgN4nndU (дата обращения: 21.09.2019)

11. Youtube, реклама iPhone 7 Plus [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=a9BZzbKjpp4 (дата обращения: 20.12.2018)

12. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб,: Питер, 2008. – 352 с.

13. Марк М. Герой и бунтарь. Создание бренда с помощью архетипа / М. Марк, К. Пирсон. – СПб.: Питер, 2005. – 336 с.

УДК 159.99

РОЛЬ ИНТУИЦИИ И БЕССОЗНАТЕЛЬНОГО В АРТ-ТЕРАПЕВТИЧЕСКОМ ПРОЦЕССЕ ИНТУИТИВНОГО РИСОВАНИЯ

Сбитнева Ольга Юрьевна,
Донбасская аграрная
академия, г. Макеевка

E-mail: Sbitnev.82@mail.ru

Аннотация. *В статье рассматривается роль интуиции и бессознательных аспектов психики в рамках проведения арт-терапевтического метода интуитивного рисования. Процесс позволяет расширить возможности сознания и нацелен на освобождение личности от деструктивного влияния психологической травмы, путем активизации воспоминаний и фантазий, связанных с неосознанными смыслами, за счет осознания которых происходит сбрасывание груза травматического прошлого.*

Abstract. *The article considers the role of intuition and psyche's unconscious aspects in the framework of the art-therapeutic method of intuitive drawing. The process allows you to expand the possibilities of consciousness and is aimed at liberating the person from the destructive influence of psychological trauma, by activating memories and fantasies associated with unconscious senses, due to the awareness of which the load of the traumatic past is being dumped.*

Ключевые слова: *интуиция, бессознательное, сознание, арт-терапевтический процесс, интуитивное рисование.*

Key words: *intuition, unconsciousness, consciousness, art-therapeutic process, intuitive drawing.*

Интуиция является высшим видом интеллектуального познания, в процессе которого человек одновременно мыслит и созерцает. Проблема интуиции имеет многовековую историю. Ее истоки восходят к учению Платона, который рассматривал интуицию в качестве внечувственного восприятия идеи, а познание – как погружение в себя, в глубины своей субъективности. Родоначальником же учения об интуиции считается Р.Декарт, он обратил внимание на то, что есть истины, которые обнаруживаются не на основе логических рассуждений, а в результате непосредственного интеллектуального видения.

Я.А. Пономарев исследует феномен интуиции преимущественно с психологических позиций. Согласно его мнению, интуиция возможна потому, что наряду с осознанным продуктом отражения существует и неосознаваемый его продукт; интуиция – это включение в сферу сознания ранее бывших вне его элементов субъективной реальности [1, с. 243-244].

Проблеме интуиции посвящена работа А.С. Кармина и Е.П. Хайкина «Творческая интуиция в науке». Авторы определяют интуицию как «специфический познавательный процесс, заключающийся во взаимодействии чувственных образов и абстрактных понятий и ведущий к созданию принципиально новых образов и понятий, содержание которых не выводится путем простого синтеза предшествующих восприятий или путем только логического оперирования имеющимися понятиями» [2, с. 32].

А.А. Налчаджян под интуицией понимает проявление активности подсознательной сферы психики, появление в фокусе сознания ранее находившихся вне его тех или иных элементов субъективной реальности [3, с. 9]. Согласно А. Менигетти, интуиция – это способность видеть те взаимосвязи и отношения, которые самым простым способом ведут прямо к цели. Это способ воспринимать и познавать реальность без объяснений; ресурс, предоставляющий дополнительный уровень информации, не поступающий из аналитической части мозга.

С практической точки зрения, интуиция – это способность личности принимать правильные решения, умственно анализируя ситуацию и не обращая внимания на промежуточные результаты.

В последнее время интуиция все чаще рассматривается в ее неразрывной связи с бессознательным. Е.П. Ильин рассматривает интуицию в рамках творческого процесса и отмечает, что она является одним из основных психологических феноменов бессознательного в нем [4].

По мнению одного из основоположников теории творчества Ж.А. Пуанкаре, бессознательное избавлено от жестких ограничений и связано со свободой и творческим поиском, в отличие от сознания, которое требует дисциплины, строгости и четкой методики [5].

Многими авторами бессознательное характеризуется как скрытый процесс, возможности которого значительно превосходят механизмы осознаваемой интеллектуальной деятельности. Эти скрытые механизмы, согласно многочисленным данным, связаны с творческим процессом, с актами мгновенного озарения, прозрения, такими, как интуиция, явление инсайта, происходящими во время него.

К.Г. Юнг отмечает, что в работе бессознательного содержится источник интуитивного знания, он также говорит о том, что именно интуиция является необходимым механизмом творческого мышления, потому как составляет проекцию внутреннего мира личности, определяет интуицию как скрытый первоисточник творчества, связанный с работой бессознательного: «Она есть иррациональная функция восприятия, своего рода инстинктивное схватывание все равно каких содержаний» [6, с.526]. Функция же интуиции, по К.Г.Юнгу, состоит в передаче образов, которые содержат в себе опыт предшествующих поколений и несут определенные смыслы, влияющие на деятельность. «Это врожденные психические формы, проявляющиеся в индивидуальной психике в символической форме» [7, с. 309].

Говоря о методе интуитивного (правополушарного) рисования, мы исходим из двух составляющих данного процесса: интуиции (в рамах бессознательного) и творческого процесса. История научных открытий знает

достаточно примеров, когда ученые делали немало открытий, путем внезапного озарения, минуя стадию «пошаговых» размышлений, когда побуждением к открытию были образы бессознательного, например их причудливая комбинация в сновидениях (Д.И. Менделеев). Эти факты не поддаются рациональному объяснению, но их можно отнести к проявлениям бессознательного начала, в том числе к интуиции, которая рассматривается в современной психологии через призму внутренних переживаний человека, его ценностных ориентаций и, в конце концов, выносится на уровень осознания субъектом, потому как бессознательное имеет потенциальную возможность при благоприятных условиях переходить в сферу сознания.

Говоря о методе интуитивного рисования и о его роли в арт-терапевтическом процессе, этими благоприятными условиями, при которых проблема становится очевидной, может выступать взаимодействие правого и левого полушарий головного мозга человека. Именно благодаря физическому разделению мозга, используется два способа переработки информации: аналитический и вербальный режим мышления. Первым – перерабатываются речь, звуки и вычислительные алгоритмы, второй отвечает за восприятие цвета, формирование и структурное охватывание целостного образа.

В ходе творческого процесса начинается выявление проблемы с вариантами ее возможного разрешения. Кульминационным этапом данного процесса является открытие главной идеи или мысли, каким образом может быть разрешена проблема.

В подсознании решаются очень сложные задачи, при этом сам процесс может не осознаваться, а может быть принят сознанием как результат, на котором фиксируется внимание личности. Р.М.Грановская отмечает: «мыслительный процесс, приводящий к получению новой информации об отношениях и связях объектов, всегда требует участия обоих полушарий» [8, с. 313]. Однако при доминировании левого полушария возникает ощущение внезапности полученного результата.

Согласно М.А. Мазманян, источниками интуиции являются:

– непроизвольная память – непроизвольное закрепление неосознанных нами при восприятии впечатлений;

– данные произвольного запоминания, которые мы решили основательно забыть;

– привычки и традиции, влияние которых на жизнь и сознание людей велико;

– подражание.

В процессе творческого акта, посредством метода интуитивного рисования постепенно начинают раскрываться основы интуитивного знания. Стадия бессознательной обработки проблемы в глубинных слоях психики, куда задачу переместило сознание, вытеснив ее из плоскости сознания, как невозможную для решения средствами самого сознания, порождает характер внезапного прозрения.

Творческий процесс в арт-терапевтической работе методом интуитивного рисования оказывает комплексное воздействие на его участников, дает возможность понять сущность негативных факторов, мешающих определенным

социальным действиям личности. В первую очередь, происходит переключение сознания, освобождение его от схем, переживаний, навязчивых состояний.

Создатель «картины» вкладывает в нее некие характеристики собственной личности, выражая в конечном итоге определенные аспекты своей индивидуальности.

Список использованной литературы:

1. Пономарев Я.А. Психика и интуиция / Я.А. Пономарев. – М., Политиздат, 1967. – 256 с.
2. Кармин А.С., Хайкин Е.П. Творческая интуиция в науке / А.С.Кармин, Е.П. Хайкин. – М., Наука, 1971. – 216 с.
3. Морозов И.М. Природа интуиции / И.М. Морозов. – Минск: Университет, 1990. – 141 с.
4. Ильин Е.П. Психология творчества, креативности, одаренности / Е.П. Ильин. – СПб.: Питер, 2012. – 444 с.
5. Интуиция как психоэвристический феномен [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://psylib.org.ua/books/irnov01/txt03.htm (дата обращения: 06.06.2019)
6. Юнг К. Психологические типы / К. Юнг. – М.: Прогресс-Универс, 1996. – 331 с.
7. Юнг К. Аналитическая психология / К. Юнг. – М.: Мартис, 1995. – 320 с.
8. Грановская Р.М. Элементы практической психологии / Р.М. Грановская. – Ленинград: ЛГУ, 1988. – 560 с.

ПСИХОЛОГИЯ ЧЕЛОВЕКА И ОБЩЕСТВА

Международный научный журнал

Выпуск № 11 / 2019

Подписано в печать 15.11.2019

Рабочая группа по выпуску журнала

Ответственный редактор: Морозова И.С.
Редактор: Гараничева О.Е.
Верстка: Мищенко П.А.

Издано при поддержке
ГОУ ВПО «Донбасская
аграрная академия»

ГОУ ВПО «Донбасская аграрная академия»
приглашает к сотрудничеству студентов, магистрантов,
аспирантов, докторантов, а также других лиц,
занимающихся научными исследованиями,
опубликовать рукописи в электронном журнале
«Психология человека и общества».

Контакты:

E-mail: donagra@yandex.ua
Сайт: http://donagra.ru

